



Analyse gamers et achats InApp

Quels leviers de croissance pour JESA Games ?

Synthèse de rapport

Ludovic Poussier / Data Suits - Formation data analyst - août 2025

Agenda

- Introduction : contexte et demande
- Un univers / Une valeur
- Analyse de l'activité
- Facteurs de performance
- Recommandations

Contexte et demande

- JESA Games, une société d'édition de logiciel
- Lancement en janvier 2025 d'une offre de jeux pour terminaux mobiles
 - Peu de connaissance de l'audience payante
 - Convaincu du potentiel de croissance
 - Crainte de réticences investisseurs
- Définir les atouts de JESA Games au travers de :
 - Analyse des résultats / profil gamers
 - La structure des revenus
 - Vision marché du jeu

Un univers

➤ Une histoire de longue date :

- Egypte ancienne : 1ères traces, -3000 av JC
- Grèce antique : naissance de l'Olympisme, -776 av JC
- Rome antique : arènes, chars et gladiateurs
- Moyen-âge : tournois, chevaliers

✓ Objectifs sociétaux : religieux, divertissement, éducation citoyenne / militaire

➤ Au plus profond de chacun de nous :

- Rôle fondamental dans la construction de l'individu / Piaget
- Régulation émotionnel / exutoire
- Libère du quotidien

✓ Objectifs psycho : développement cognitif, évasion / relaxation, esprit créatif

Un univers

➤ Ere industrielle

- Produit manufacturé
- Bien commercial
- Plateau



Sphère amicale / familiale, proximité, présence

➤ Ere numérique

- Démocratisation
- Expansion
- Vidéo



Sphère globale, mobilité, virtuel

Marché mondiale du jeu sur mobile en 2025

Une valeur



103 Mds \$US

➤ 55% marché mondial du jeu vidéo



3 Mds

➤ 83% des gamers de jeux vidéo

□ Comparable aux marchés établis

- Luxe personnel (parfums, cosmétiques haut de gamme)
- Café
- Box-office cinéma
- Industrie musicale

Profil gamers



Génération Y (29–44 ans)

- ✓ Âge moyen : 34 ans
- ✓ Seniors absents

- Europe et Asie : 80 % des joueurs
- Android majoritaire (58 %)



Comportement de jeu



Polyvalence de l'offre



15 types de jeux



Attractivité équivalente



Jeux 4G / 5G



Temps de jeu similaire



Asie <> Europe



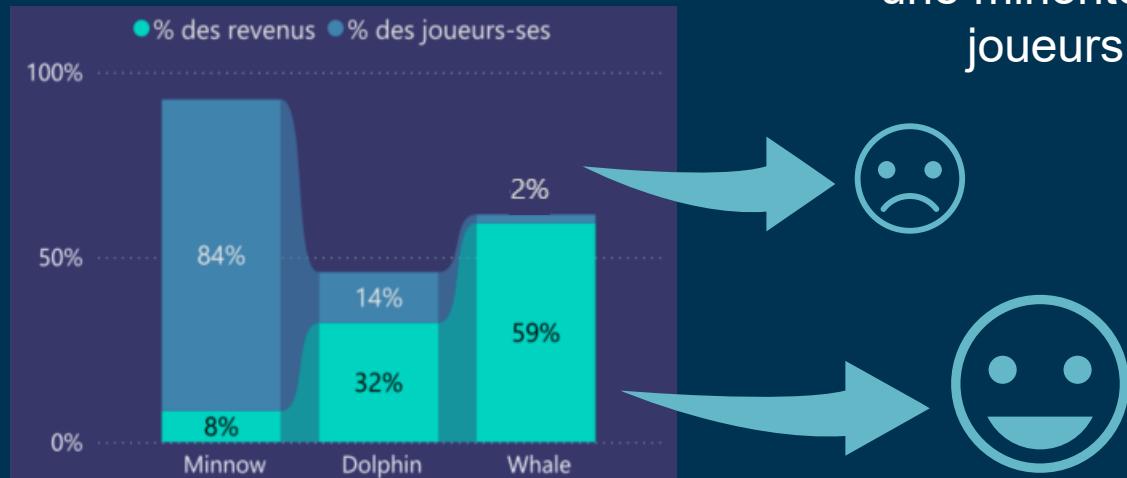
Sessions

- Durée 5 à 35 mn – moy 20
- Fréquence 1 à 22 – moy 10

Résultats financiers

- 308 K\$ de revenus InApp (janvier – mi-août 2025)
 - ✓ Revenu moyen : 102 \$ par joueur
 - ✓ Revenu mensuel moyen : 36 K\$

- Segmentations des achats InApp ➡ Forte dépendance à une minorité de joueurs



Contribution aux revenus

- 29 ans et + : 78 %
- Asie : 47 %
- Europe : 35 %
- Hommes : 68 %
- Jeux 5G : 60 %
- Carte cadeau : 16%
- 2eme mode de règlement privilégié

Facteurs clés de performance



- Un catalogue grand public à fort potentiel de monétisation
- Audience dominante : Hommes générations X et Y
- Jeux optimisés 5G : booster de dépense InApp
- 5G + mobilité => revenus maximisés
- Gamers d'Asie plus rentable que les Européens

Recommandations

- Capitaliser sur l'offre existante
 - ✓ Préserver et renforcer l'attractivité de l'offre dans le temps
- Activer les leviers de croissance sur des segments à fort potentiel
 - ✓ Joueuses
 - ✓ Seniors (+54 ans)
 - ✓ Mécaniques de cartes cadeaux pour stimuler l'acquisition et l'engagement
- Prioriser les axes d'expansion géographique à forte création de valeur
 - ✓ Asie & Amériques : meilleure rentabilité horaire
 - ✓ Marchés à forte couverture 5G : maximiser usage et monétisation



Merci

Questions et réponses